

**PENGARUH PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PT. *SEBUKU IRON LATERITIC ORES* (PT. SILO) TERHADAP TINGKAT PENDAPATAN MASYARAKAT DI DESA TANJUNG MANGKUK, KECAMATAN PULAU SEBUKU, KABUPATEN KOTABARU**

Oleh

Hasa Noor Hasadi<sup>1</sup>, Parida Angriani<sup>2</sup>, Karunia Puji Hastuti<sup>2</sup>

**Abstrak**

Penelitian berjudul “Pengaruh Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. *Sebuku Iron Lateritic Ores* (PT. SILO) terhadap Tingkat Pendapatan Masyarakat di Desa Tanjung Mangkuk, Kecamatan Pulau Sebuku, Kabupaten Kotabaru”. Tujuan penelitian adalah mengetahui pengaruh program CSR PT. SILO terhadap tingkat pendapatan masyarakat di Desa Tanjung Mangkuk, Kecamatan Pulau Sebuku, Kabupaten Kotabaru.

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh penerima program CSR PT. SILO di Desa Tanjung Mangkuk, Kecamatan Pulau Sebuku, Kabupaten Kotabaru dengan jumlah 21 orang, karena teknik pengambilan sampel menggunakan sampel penuh maka sampel yang diambil seluruh populasi. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan studi dokumen. Teknik analisis data menggunakan analisis persentase dan korelasi product moment.

Hasil penelitian menunjukkan adanya program CSR tidak atau belum mempunyai pengaruh terhadap tingkat pendapatan para peternak ayam pedaging, petani ikan air tawar dan petani kepiting cangkang lunak di Desa Tanjung Mangkok Kecamatan Pulau Sebuku, Kabupaten Kotabaru.

**Kata Kunci:** Pengaruh, Program CSR, Tingkat Pendapatan.

**I. PENDAHULUAN**

*Corporate Social Responsibility* (CSR) atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (TJSP) merupakan suatu bentuk aktivitas perusahaan mendukung pembangunan ekonomi berkelanjutan yang di dalamnya kepedulian terhadap pemberdayaan masyarakat maupun global (Simorangkir & Arifah, 2009). CSR di atur dalam Undang-Undang Pasal 1 Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang mendefinisikan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan sebagai “*Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangu/nan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas sendiri, komunitas setempat maupun masyarakat pada umumnya*”.

Tujuan dilaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Undang-Undang Pasal 74 Nomor 40 Tahun 2007 adalah mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan

lingkungan yang bermanfaat bagi komunitas setempat dan masyarakat pada umumnya maupun Perseroan sendiri dalam rangka terjalinnya hubungan Perseroan yang serasi seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai norma, dan budaya masyarakat setempat.

PT. *Sebuku Iron Lateritic Ores* (PT. SILO) merupakan perusahaan swasta nasional yang bergerak di bidang pertambangan dan industri biji besi yang berdiri sejak tahun 2004 di Kecamatan Pulau Sebuku, Kabupaten Kotabaru, Provinsi Kalimantan Selatan. Pusat pertambangan PT. SILO mencakup area seluas 8.087 Ha di sebelah utara Pulau Sebuku yang terletak di Kabupaten Kotabaru, Kalimantan Selatan (Kerangka Acuan Analisis Dampak Lingkungan (KA-ANDAL) PT. SILO, 2011).

PT. SILO telah merealisasikan Program Pemberdayaan Masyarakat sebagai tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat di Desa Tanjung Mangkuk, Kecamatan Pulau Sebuku, Kabupaten Kotabaru yaitu Program Kolaborasi. Program kolaborasi meliputi beberapa jenis usaha masyarakat dari skala kecil menengah hingga menengah keatas, diantaranya adalah Ternak Ayam Pedaging, Budidaya Ikan Air Tawar dan lebih besar biayanya adalah kelompok usaha Kepiting Soka yang dapat menghasilkan kepiting cangkang lunak.

Desa Tanjung Mangkuk mempunyai luas wilayah 36,50 km<sup>2</sup> merupakan desa yang pertama kali menerima program CSR. Program CSR tersebut meliputi: Ternak Ayam Pedaging, Budidaya Ikan Air Tawar dan Kolaborasi Kepiting Cangkang Lunak oleh perusahaan PT. SILO. Ternak Ayam Pedaging mulai dikembangkan pada tahun 2007 dan di keelola oleh kelompok "Sipatuo Sippatokkam" dengan jumlah anggota 4 orang yang bergerak dibidang usaha ternak ayam ras. Budidaya Ikan Air Tawar yang dikelola kelompok "Rumpun Family" terbentuk pada tahun 2012 dengan jumlah anggota 11 orang yang bergerak dibidang usaha budidaya ikan air tawar. Sedangkan Budidaya Kepiting Soka yang dikelola kelompok "Bersama Maju" mulai dikembangkan pada tahun 2012 dengan jumlah anggota 6 orang yang bergerak dibidang usaha budidaya kepiting soka.

Program CSR yang dikembangkan masing-masing kelompok mendapatkan pembinaan, pelatihan dan bantuan modal dari perusahaan PT. SILO. Keterkaitan pembinaan antara masing-masing kelompok dengan perusahaan PT. SILO hanya 8 bulan selebihnya program tersebut di kelola oleh masing-masing kelompok. Program CSR yang dikembangkan masing-masing kelompok sekarang tidak ada keterkaitan dengan perusahaan PT. SILO.

Berdasarkan masing-masing kelompok penerima program CSR, sebagai pengelola Ternak Ayam Pedaging, Budidaya Ikan Air Tawar dan Kolaborasi Kepiting Cangkang Lunak merupakan pekerjaan pokok yang dilakukan masyarakat karena sebagian dari mereka tidak memiliki pekerjaan tetap, tetapi bagi yang mempunyai pekerjaan tetap adalah hal yang sebaliknya yaitu sebagai usaha sampingan. Adanya program CSR sebagai upaya masyarakat untuk meningkatkan pendapatan guna mengejar kebutuhan keluarga yang terus meningkat, tetapi bagi yang belum berkeluarga pendapatan tersebut digunakan untuk kebutuhan bagi diri sendiri dan untuk membantu kebutuhan keluarga seperti orang tua.

Pendapatan yang mereka dapatkan dalam satu minggu bahkan 1 bulan tidak menentu tergantung dari hasil penjualan. Hasil penjualan yang mereka dapatkan seperti Ternak Ayam Pedaging sebesar Rp 6.500,00 – 83.000,00/orang, hasil penjualan Budidaya Ikan Air Tawar sebesar Rp 2.500,00 – 15.000,00/orang sedangkan Kepiting Cangkak Lunak hasil penjualan antara Rp 6.500,00–44.000,00/orang. Hasil pendapatan dari penjualan tersebut diperoleh dalam 1 minggu.

Hasil wawancara dan observasi terdapat pengaruh hasil program CSR terhadap pendapatan masyarakat di Desa Tanjung Mangkok, Kecamatan Pulau Sebuku, Kabupaten Kotabaru. Pendapatan tergantung hasil penjualan yang mereka peroleh. Besarnya pendapatan dapat meningkatkan pendapatan (taraf hidup ekonomi) penduduk, mungkin ada faktor lain yang mempengaruhi pendapatan masyarakat di Desa Tanjung Mangkok Kecamatan Pulau Sebuku, Kabupaten Kotabaru sehingga hal ini dapat diteliti lebih jauh. Berdasarkan latar belakang, penulis ingin meneliti dengan judul, **“Pengaruh Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Sebuku Iron Lateritic Ores (PT. SILO) Terhadap Tingkat Pendapatan Masyarakat di Desa Tanjung Mangkok, Kecamatan Pulau Sebuku, Kabupaten Kotabaru”**.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 1. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

#### a. Pengertian CSR

*Corporate Social Responsibility (CSR)* atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (TJSP) merupakan suatu bentuk aktivitas perusahaan mendukung pembangunan ekonomi berkelanjutan yang di dalamnya kepedulian terhadap pemberdayaan masyarakat maupun global (Simorangkir & Arifah, 2009). *Corporate Social Responsibility (CSR)* di atur dalam Undang-Undang Pasal 1 Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang mendefinisikan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan sebagai *“Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas sendiri, komunitas setempat maupun masyarakat pada umumnya”*.

CSR merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi pasal 74 Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) yang baru. Undang-Undang ini, industri atau korporasi-korporasi wajib untuk melaksanakannya, tetapi kewajiban ini bukan merupakan suatu beban yang memberatkan. Pembangunan suatu Negara bukan hanya tanggung jawab pemerintah dan industri saja, tetapi setiap insan manusia berperan untuk mewujudkan kesejahteraan sosial dan pengelolaan kualitas hidup masyarakat. Industri dan korporasi berperan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat dengan mempertimbangkan pula faktor lingkungan hidup (Hendrastuti, 2009).

Subtansi keberadaan CSR adalah dalam rangka memperkuat keberlanjutan perusahaan itu sendiri dengan jalan membangun kerja sama antara stakeholder yang difasilitasi perusahaan tersebut dengan menyusun program-program

pengembangan masyarakat sekitarnya. Kemampuan perusahaan dalam dapat beradaptasi dengan lingkungannya, komunitas dan stakeholder yang terkait dengannya, baik lokal, nasional, maupun global (Simorangkir & Arifah, 2009).

Tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR merupakan sebuah konsep manajemen yang menggunakan konsep “*triple bottom line*” yaitu keseimbangan antara mencetak keuntungan, harus seiring dan berjalan selaras dengan fungsi-fungsi sosial dan pemeliharaan lingkungan hidup demi terwujudnya pembangunan yang berkelanjutan (*suistainable*) (Ambadar, 2008).

Konsep CSR melibatkan tanggung jawab kemitraan antara pemerintah, lembaga sumberdaya masyarakat dan kumuniti setempat (lokal). Kemitraan tidaklah bersifat pasif dan statis, tetapi kemitraan merupakan tanggung jawab bersama secara sosial antar *stakeholder*. Konsep kedermawanan perusahaan (*corperate philanthropy*) dalam tanggung jawab sosial tidak lagi memadai, karena itu konsep tersebut tidak melibatkan kemitraan tanggung jawab perusahaan secara sosial dengan *stakeholder* lainnya (Rudito, dkk dalam Nasruddin, 2008).

#### **b. Tujuan Corporate Social Responsibility (CSR)**

Perusahaan tidak berfungsi secara terpisah dari masyarakat sekitarnya. Faktanya, kemampuan perusahaan untuk bersaing sangat tergantung pada keadaan lokasi di mana perusahaan itu beroperasi (Suharto dalam Hendrastuti, 2009). Oleh karena itu, piramida CSR yang dikembangkan Archie B. Carrol harus dipahami sebagai satu kesatuan. Sebab CSR merupakan kepedulian perusahaan yang didasari tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah *triple bottom lines*, yaitu *profit*, *people* dan *plannet* (3P):

- 1) *Profit*. Perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang.
- 2) *People*. Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Beberapa perusahaan mengembangkan program CSR seperti pemberian beasiswa bagi pelajar sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, penguatan kapasitas ekonomi lokal, dan bahkan ada perusahaan yang merancang berbagai skema perlindungan sosial bagi warga setempat.
- 3) *Plannet*. Perusahaan peduli terhadap lingkungan hayati. Beberapa program CSR yang berpijak pada prinsip ini biasanya berupa penghijauan hidup lingkungan hidup, penyediaan sarana pengembangan pariwisata.

#### **c. Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR)**

Pelaksanaan TJSP, Perseroaan wajib sesuai Peraturan Daerah Kabupaten Kotabaru Nomor 19 Tahun 2013 Pasal 10 yang menjelaskan sebagai berikut:

- 1) Menyusun, menatan merancang dan melaksanakan kegiatan TJSP sesuai dengan prinsip-prinsip tanggung jawab sosial dunia usaha sesuai dengan Keputusan forum pelaksanaan TJSP.
- 2) Menumbuhkan, menetapkan dan mengembangkan sistem jaringan kerjasama dan kemitraan dengan pihak-pihak lain serta melaksanakan kajian, monitoring dan evaluasi pelaksanaan TJSP dengan memperhatikan kepentingan Perseroaan, pemerintah daerah, masyarakat dan kelestarian lingkungan

- 3) Menetapkan bahwa TJSP adalah bagian yang tidak terpisahkan dalam kebijakan manajemen maupun program pengembangan Perseroaan.

**d. Program *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Kotabaru Nomor 19 Tahun 2013 Pasal 1 meliputi:

1) Bina Lingkungan dan Sosial

Program bina lingkungan dan sosial merupakan program yang bertujuan mempertahankan fungsi-fungsi lingkungan hidup dan pengelolaannya yang berada dalam wilayah sasaran, meliputi bina lingkungan fisik, bina lingkungan sosial dan bina lingkungan usaha mikro, kecil dan koperasi. Program bina lingkungan sosial dapat berupa:

- (a) Hibah, yang dapat diberikan oleh Perseroan kepada masyarakat yang membutuhkan yang besarnya sesuai dengan kemampuan Perseroan,
- (b) Penghargaan berupa beasiswa kepada karyawan atau warga masyarakat yang berkemampuan secara akademis namun tidak mampu membiayai pendidikan,
- (c) Subsidi, berupa penyediaan pembiayaan untuk proyek-proyek pengembangan masyarakat, penyelenggaraan fasilitas umum atau bantuan modal usaha skala mikro dan kecil,
- (d) Bantuan sosial, berupa bantuan dalam bentuk uang, barang maupun jasa kepada panti-panti sosial/jompo, para korban bencana dan para Penyandang Masalah Kesejahteraan Sosial (PKMS),
- (e) Pelayanan sosial, berupa bantuan layanan pendidikan, kesehatan, olah raga dan santunan pekerja sosial,
- (f) Perlindungan sosial, berupa pemberian kesempatan kerja bagi para atlet nasional/daerah yang sudah purna bakti dan bagi penyandang cacat yang mempunyai kemampuan khusus.

2) Kemitraan Usaha Mikro, Kecil dan Koperasi

Program kemitraan usaha mikro, kecil dan koperasi merupakan program untuk menumbuhkan, meningkatkan dan membina kemandirian berusaha masyarakat di wilayah sasaran. Program kemitraan meliputi aspek-aspek kegiatan:

- (a) Penelitian dan pengkajian kebutuhan
- (b) Penguatan kelembagaan sosial-ekonomi masyarakat
- (c) Pelatihan dan pendampingan berwirausaha
- (d) Pelatih fungsi-fungsi manajemen dan tata kelola keuangan
- (e) Pelatihan pengembangan usaha seperti peningkatan mutu produk dan desain, kemasan, pemasaran, jejaring kersajama dan peningkatan klasifikasi Perseroaan
- (f) Meningkatkan kemampuan manajemen dan produktifitas
- (g) Mendorong tumbuhnya inovasi dan kreatifitas

3) Program/kegiatan Pemerintah Daerah yang tidak Terakomodir Melalui Anggaran dan Belanja Daerah/Anggara Pendapatan dan Belanja Negara

Program atau kegiatan pemerintah daerah yang tidak terakomodir melalui anggaran dan belanja daerah/anggaran pendapatan dan belanja negara dapat berupa:

- (a) Kegiatan penelitian dan pengembangan
- (b) Pembangunan fasilitas publik
- (c) Pengembangan organisasi kemasyarakatan, kepemudaan, keagamaan, seni dan budaya.

**e. Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Manfaat yang diperoleh bagi perusahaan dengan mengimplementasikan CSR yaitu: *Pertama*, keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan dan perusahaan mendapatkan citra (*image*) yang positif dari masyarakat luas. *Kedua*, perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap modal. *Ketiga*, perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia (*human resources*) yang berkualitas. *Keempat*, perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (*critical decision making*) dan mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*) (Arief dalam Simorangkir & Arifah, 2009).

Manfaat aplikasi CSR bagi perusahaan antara lain: 1) Mempertahankan serta mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan. 2) Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial, 3) Mereduksi resiko bisnis perusahaan, 4) Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha, 5) Membuka peluang pasar yang lebih luas, 6) Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah, 7) Memperbaiki hubungan dengan *stakeholder*, 8) Memperbaiki hubungan dengan regulator, 9) Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan, 10) Peluang mendapatkan perusahaan (Untung, 2008).

## **2. Pendapatan**

Pendapatan adalah hasil kerja atau usaha yang diterima oleh seseorang berupa uang atau barang. Pendapatan adalah hasil berupa uang atau meteril lainnya yang dicapai dari pada penggunaan kekayaan atau jasa-jasa manusia bebas (Kamus Bahasa Indonesia, 2000).

Pendapatan sebagaimana dijelaskan Sumardi dalam Rahman (2005) dibagi menjadi 2 pengertian, yaitu pendapatan berupa uang dan barang. Pendapatan berupa uang merupakan suatu penghasilan yang diterima oleh seseorang sebagai balas jasa atau kegigihan atau jerih payah yang telah dikerjakannya, sedangkan pendapatan yang berupa barang adalah penghasilan yang sifatnya regular dan biasa, tetapi tidak selalu berbentuk balas jasa, yang diterima adalah dalam bentuk barang atau jasa. Barang dan jasa yang diperoleh dinilai dengan harga pasar meskipun tidak diimbangi atau disertai transaksi uang oleh yang menikmati barang dan jasa.

## **III. METODE**

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data berdasarkan data primer dan data sekunder. Data primer didapat melalui kuesioner dan observasi, dan data sekunder di dapat melalui studi dokumen. Pengolahan data dengan cara editing, skoring dan tabulasi. Teknik analisis data menggunakan analisis persentase dan korelasi product moment.

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan dilaksanakan untuk mengetahui pengaruh program CSR PT. SILO terhadap tingkat pendapatan masyarakat di Desa Tanjung Mangkuk, Kecamatan Pulau Sebuku, Kabupaten Kotabaru.

##### 1. Program CSR

###### a. Perusahaan Memberikan Pelatihan/Keterampilan Kepada Masyarakat dalam Mengelola Program CSR

Responden berdasarkan pada pengelolaan program CSR perusahaan memberikan pelatihan/keterampilan kepada masyarakat terdapat pada Tabel 1.

**Tabel 1. Perusahaan Memberikan Pelatihan/Keterampilan Kepada Masyarakat dalam Mengelola Program CSR**

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Baik	2	9,52
2.	Baik	12	57,14
3.	Kadang-Kadang	7	33,33
4.	Sangat Tidak Baik	0	0
<b>Jumlah</b>		<b>21</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Analisis Data Primer, 2014

Responden banyak menyatakan baik tentang perusahaan memberikan pelatihan/keterampilan kepada masyarakat dalam mengelola program CSR yaitu 12 responden atau 57,14% dan responden paling sedikit menyatakan sangat baik yaitu 2 atau responden atau 9,52%. Sedangkan responden yang menyatakan sangat tidak baik tidak ada. Perusahaan bekerjasama dengan Universitas Lambung Mangkurat Banjarbaru untuk memberikan pelatihan kepada semua penerima program CSR. Pelatihan yang diberikan bagaimana mengelola yang baik usaha dikembangkan hingga pemasaran atau penjualan.

###### b. Perusahaan Melakukan Analalisis Kebutuhan dan Menindaklanjuti Keluhan Masyarakat dalam Pelaksanaan Program CSR

Perusahaan melakukan analisis kebutuhan dan menindaklanjuti keluhan masyarakat dalam pelaksanaan Program CSR terdapat pada Tabel 2.

**Tabel 22. Perusahaan Melakukan Analalisis Kebutuhan dan Menindaklanjuti Keluhan Masyarakat dalam Pelaksanaan Program CSR**

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Baik	0	0
2.	Baik	11	52,38
3.	Kadang-Kadang	8	38,10

4.	Sangat Tidak Baik	2	9,52
<b>Jumlah</b>		<b>21</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Analisis Data Primer, 2014

Perusahaan melakukan analisis kebutuhan dan menindaklanjuti keluhan masyarakat dalam pelaksanaan program CSR. Sebagian besar responden menyatakan baik yaitu 11 responden atau 52,38%, dan responden yang sebagian kecil menyatakan sangat tidak baik yaitu 2 responden atau 9,52%. Sedangkan responden yang menyatakan sangat tidak baik tidak ada. Dilihat dari banyaknya responden menyatakan baik, maka program kemitraan antara perusahaan dengan masyarakat berjalan dengan baik.

#### c. Perusahaan Mengadakan Pertemuan dan Membahas Program CSR dengan Masyarakat

Tanggapan responden mengenai informasi program CSR masyarakat mendapatkan langsung dari perusahaan terdapat pada Tabel 4.

**Tabel 4. Masyarakat Mendapatkan Informasi Mengenai Program CSR Langsung dari Perusahaan**

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Baik	1	4,76
2.	Baik	7	33,33
3.	Kadang-Kadang	13	61,90
4.	Sangat Tidak Baik	0	0
<b>Jumlah</b>		<b>21</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Analisis Data Primer, 2014

Tanggapan responden tentang informasi mengenai program CSR, sebagian besar responden menjawab kadang-kadang yaitu 13 responden atau 61,90% dan paling sedikit responden menyatakan baik yaitu 1 responden atau 4,76%. Sedangkan responden yang menyatakan sangat tidak baik tidak ada. Dilihat banyaknya responden yang menyatakan kadang-kadang, hal tersebut menunjukkan informasi yang didapatkan oleh masyarakat dari perusahaan belum efektif karena informasi yang diperoleh responden bukan langsung diperoleh dari perusahaan.

#### d. Pemberian Bantuan Pengebangan Fasilitas Usaha dapat Meningkatkan Kemampuan Usaha

Tanggapan responden mengenai pemberian bantuan pengebangan fasilitas usaha dapat meningkatkan kemampuan usaha terdapat pada Tabel 5.

**Tabel 5. Pemberian Bantuan Pengebangan Fasilitas Usaha dapat Meningkatkan Kemampuan Usaha**

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Baik	1	4,76
2.	Baik	10	47,62
3.	Kadang-Kadang	10	47,62
4.	Sangat Tidak Baik	0	0
<b>Jumlah</b>		<b>21</b>	<b>100</b>



Sumber: Hasil Analisis Data Primer, 2014

Pemberian bantuan pengembangan fasilitas usaha dapat meningkatkan kemampuan usaha. Sebagian besar responden menyatakan baik tentang yaitu 10 responden atau 47,62% dan menyatakan kadang-kadang yaitu 10 responden atau 47,62%. Sedangkan sebagian kecil responden menyatakan sangat baik yaitu 1 responden atau 4,76%. Bantuan fasilitas dari perusahaan agar dapat mempermudah atau memperlancar pengembangan usaha yang dijalankan responden. Bantuan fasilitas seperti pembuat kolam dan bantuan mesin pembuatan pakan.

**e. Perusahaan Memberikan Bantuan dalam Penjualan/Pemasaran Hasil Program CSR**

Tanggapan responden berdasarkan pada perusahaan memberikan bantuan dalam penjualan/pemasaran hasil program CSR Tabel 6.

**Tabel 6. Perusahaan Memberikan Bantuan dalam Penjualan/Pemasaran Hasil Program CSR**

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Baik	2	9,52
2.	Baik	13	61,90
3.	Kadang-Kadang	6	28,57
4.	Sangat Tidak Baik	0	0
<b>Jumlah</b>		<b>21</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Analisis Data Primer, 2014

Perusahaan memberikan bantuan dalam penjualan atau pemasaran hasil program CSR. Sebagian besar Responden menyatakan baik tentang yaitu 13 responden atau 61,90% dan paling sedikit responden yang menyatakan sangat baik yaitu 2 responden atau 9,52%. Sedangkan responden yang menyatakan sangat tidak baik tidak ada. Bantuan dalam penjualan atau pemasaran hasil program CSR, perusahaan membeli hasil program CSR dari responden untuk keperluan kantin yang ada di perusahaan.

**f. Adanya Program CSR Meningkatkan Tingkat Pendapatan Masyarakat dari Sebelumnya**

Tanggapan responden tentang adanya program CSR meningkatkan tingkat pendapatan masyarakat dari sebelumnya terdapat pada Tabel 7.

**Tabel 7. Adanya Program CSR Meningkatkan Tingkat Pendapatan Masyarakat dari Sebelumnya**

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Baik	1	4,76
2.	Baik	12	57,14
3.	Kadang-Kadang	5	23,81
4.	Sangat Tidak Baik	3	14,29
<b>Jumlah</b>		<b>21</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Analisis Data Primer, 2014

Tanggapan responden tentang adanya program CSR meningkatkan tingkat pendapatan masyarakat dari sebelumnya. Sebagian besar responden menyatakan baik yaitu 12 responden atau 57,14%, dan sebagian kecil responden menyatakan sangat baik yaitu 1 responden atau 4,76%. Dilihat dari banyaknya responden menyatakan baik, dapat diketahui adanya program CSR meningkatkan pendapatan responden dari sebelumnya. Pendapatan responden diperoleh dari hasil penjualan berupa uang.

## 2. Pendapatan Masyarakat

### a. Pendapatan Budidaya Ikan Air Tawar

#### 1) Peningkatan Pendapatan Setiap Tahun Setelah Adanya Budidaya Ikan Air Tawar

Tanggapan responden tentang peningkatan pendapatan setiap tahun setelah adanya beididaya ikan air tawar terdapat pada Tabel 8.

**Tabel 8. Peningkatan Pendapatan Setiap Tahun Setelah Adanya Budidaya Ikan Air Tawar**

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Ya	1	9,10
2.	Tidak	10	90,90
<b>Jumlah</b>		<b>11</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Analisis Data Primer, 2014

Pendapatan responden setiap tahun setelah adanya budidaya ikan air tawar tidak meningkat yaitu 10 responden atau 90,90% dan yang meningkat yaitu 1 responden atau 9,10%. Berdasarkan Tabel 38 dan Gambar 29, penyebab tidak meningkatnya pendapatan responden dikarenakan penghasilan budidaya ikan air tawar hanya mencukupi kehidupan mereka sehari-hari. Selain itu Budidaya ikan air tawar usaha yang baru mereka kerjakan.

#### 2) Rata-Rata Pendapatan yang Diperoleh dari Hasil Panen Penjualan Ikan dalam 1 Kali Panen

Rata-rata pendapatan yang diperoleh dari hasil panen penjualan ikan yang dihasilkan dalam 1 kali panen terdapat pada Tabel 9.

**Tabel 9. Rata-Rata Pendapatan yang Diperoleh dari Hasil Panen Penjualan Ikan yang Dihasilkan dalam 1 Kali Panen**

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	> Rp 1.600.000,-	0	0
2.	Rp 1.300.000,- s/d Rp 1.600.000,-	0	0
3.	Rp 1.000.000,- s/d Rp 1.300.000,-	2	18,18
4.	< Rp 1.000.000,-	9	81,82
<b>Jumlah</b>		<b>11</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Analisis Data Primer, 2014

Pendapatan rata-rata responden dari hasil penjualan ikan sebesar kurang dari Rp 1.000.000,- yaitu 9 responden atau 81,82%, karena responden hanya sebagai buruh sedangkan rerata pendapatan sebesar Rp 1.000.000,- s/d Rp 1.300.000,- yaitu 2 responden 18,18%, karena responden sebagai ketua pengelola budidaya ikan air tawar. Besar dan kecilnya pendapatan responden tergantung dari banyaknya ikan yang dibudidayakan responden dan banyaknya hasil penjualan yang diperoleh responden.

## **b. Pendapatan Budidaya Kepiting Cangkang Lunak**

### **1) Peningkatan Pendapatan Setelah Adanya Budidaya Kepiting Cangkang Lunak**

Tanggapan responden tentang peningkatan pendapatan setiap tahun setelah adanya Budidaya Kepiting Cangkang Lunak terdapat pada Tabel 10.

**Tabel 10. Peningkatan Pendapatan Setelah Adanya Budidaya Kepiting Cangkang Lunak**

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Ya	2	33,33
2.	Tidak	4	66,67
<b>Jumlah</b>		<b>6</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Analisis Data Primer, 2014

Pendapatan responden setiap tahun setelah adanya budidaya kepiting cangkang lunak tidak meningkat yaitu 4 responden atau 66,67% dan yang meningkat yaitu 2 responden atau 33,33%. Penyebab banyak tidak meningkatnya pendapatan responden dikarenakan penghasilan budidaya ikan air tawar hanya mencukupi kehidupan mereka sehari-hari. Selain itu budidaya ikan air tawar usaha yang baru mereka kerjakan.

### **2) Rata-Rata Pendapatan yang Diperoleh dari Hasil Penjualan Kepiting yang Dihasilkan dalam 1 Kali Panen**

Rata-rata pendapatan yang diperoleh dari hasil panen penjualan kepiting yang dihasilkan dalam 1 kali panen terdapat pada Tabel 11.

**Tabel 11. Rata-Rata Pendapatan yang Diperoleh dari Hasil Penjualan Kepiting yang Dihasilkan dalam 1 Kali Panen**

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	> Rp 1.600.000,-	1	16,67
2.	Rp 1.300.000,- s/d Rp 1.600.000,-	0	0
3.	Rp 1.000.000,- s/d Rp 1.300.000,-	1	16,67
4.	< Rp 1.000.000,-	4	66,67
<b>Jumlah</b>		<b>6</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Analisis Data Primer, 2014

Pendapatan rata-rata responden dari hasil penjualan kepiting cangkang lunak sebesar lebih dari Rp 1.600.000,00 yaitu 1 reponden atau 16,67% dan

pendapatan terendah kurang dari Rp 1.000.000,00 yaitu 4 responden atau 66,67%. Pendapatan berbeda karena responden ada sebagai ketua kelompok dan ada sebagai buruh atau anggota kelompok. Selain itu besar dan kecilnya pendapatan responden tergantung dari banyaknya ikan yang dibudidayakan responden dan banyaknya hasil penjualan yang diperoleh responden.

### c. Pendapatan Budidaya Ternak Ayam Pedaging

#### 1) Peningkatan Pendapatan Setiap Tahun Setelah Adanya Ternak Ayam

Peningkatan pendapatan setiap tahun setelah adanya ternak ayam terdapat pada Tabel 12.

**Tabel 12. Peningkatan Pendapatan Setiap Tahun Setelah Adanya Ternak Ayam**

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Ya	3	75,00
2.	Tidak	1	25,00
<b>Jumlah</b>		<b>4</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Analisis Data Primer, 2014

Pendapatan responden setelah adanya budidaya ternak ayam pedaging yang meningkat yaitu 3 responden atau 75,00% dan yang tidak meningkat yaitu 2 responden atau 25,00%. Pendapatan responden banyak meningkat karena hasil pendapatan yang diperoleh dari budidaya ternak ayam pedaging membantu perekonomian responden. Sebagian kecil pendapatan responden tidak meningkat karena penghasilan yang diperoleh dari budidaya ikan air tawar hanya mencukupi kehidupan mereka sehari-hari. Selain itu budidaya ikan air tawar usaha yang baru mereka kerjakan.

#### 2) Rata-Rata Pendapatan yang Diperoleh dari Hasil Penjualan Ayam yang Dihasilkan dalam 1 Kali Panen

Rata-rata pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan yang dihasilkan dalam 1 kali panen terdapat pada Tabel 13.

**Tabel 13. Rata-Rata Pendapatan yang Diperoleh dari Hasil Penjualan Ayam yang Dihasilkan dalam 1 Kali Panen**

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	> Rp 8.000.000,-	0	0
2.	Rp 6.000.000,- s/d Rp 8.000.000,-	0	0
3.	Rp 4.000.000,- s/d Rp 6.000.000,-	1	25,00
4.	< Rp 4.000.000,-	3	75,00
<b>Jumlah</b>		<b>4</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Analisis Data Primer, 2014

Pendapatan rata-rata responden dari hasil penjualan budidaya ayam sebesar dari Rp 4.000.000,00 s/d Rp 6.000.000,00 yaitu 1 responden atau 25,00% dan pendapatan terendah kurang dari Rp 4.000.000,00 yaitu 3 responden atau 75,00%. Pendapatan berbeda karena responden ada sebagai ketua kelompok dan ada sebagai buruh atau anggota kelompok. Selain itu besar dan kecilnya

pendapatan responden tergantung dari banyaknya ayam yang dibudidayakan responden dan banyaknya hasil penjualan yang diperoleh responden.

### **3. Pengaruh Program CSR PT. SILO Terhadap Tingkat Pendapatan Masyarakat**

Hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui Program CSR PT. SILO tidak ada mempunyai pengaruh terhadap tingkat pendapatan para peternak ayam pedaging, petani ikan air tawar dan petani kepiting cangkang lunak di Desa Tanjung Mangkuk Kecamatan Pulau Sebuku Kabupaten Kotabaru. Berdasarkan hasil wawancara dan jawaban kuesioner dari responden didapat, kendala dalam melaksanakan program CSR para peternak ayam pedaging, petani ikan air tawar dan petani kepiting cangkang lunak dikarenakan 1) usaha yang mereka jalankan baru pertama kali pernah melaksanakan, 2) kurangnya pengetahuan dalam mengelola usaha sehingga mempunyai kendala dalam pelaksanaan usaha, 3) kurangnya pembinaan dari perusahaan dalam mengelola usaha yang dijalankan masyarakat, 4) kurangnya modal yang dimiliki sehingga kesulitan dalam mengembangkan usaha yang dijalankan dan 5) usaha yang dikerjakan para peternak ayam pedaging, petani ikan air tawar dan petani kepiting cangkang lunak bukan pekerjaan utama yang mereka kerjakan tetapi sebagai pekerjaan sampingan.

## **V. KESIMPULAN**

Hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui pengaruh program CSR PT. SILO terhadap tingkat pendapatan para peternak ayam pedaging, petani ikan air tawar dan petani kepiting cangkang lunak di Desa Tanjung Mangkuk Kecamatan Pulau Sebuku Kabupaten Kotabaru dapat disimpulkan tidak mempunyai pengaruh terhadap tingkat pendapatan masyarakat.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Simorangkir, Theodrik & Arifah, Ninuk (Eds.). 2009. *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Jakarta: Departemen Hukum dan HAM RI.
- Undang-Undang Pasal 1 Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang mendefinisikan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan
- PT. SILO. 2011. *KA-ANDAL Pertambangan dan Pengolahan Bijih Besi di Kecamatan Pulau Sebuku Kabupaten Kotabaru Provinsi Kalimantan Selatan*. Kotabaru: PT. SILO.
- Hendrastuti, Fenny. 2010. *Persepsi Penerimaan Program Terhadap Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Tiga Pilar Sejahtera Food, Tbk*. Skripsi tidak diterbitkan. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Ambadar, Jackie. 2008. *CSR dalam Praktik di Indonesia*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

- Nasruddin. 2008. *Evaluasi Program Pengembangan Masyarakat Bidang Ekonomi Perusahaan Minyak dan Gas Bumi di Kecamatan Muara Jawa Kabupaten Kutai Kartanegara Tahun 2006*. Tugas Akhir tidak diterbitkan. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Peraturan Daerah Kabupaten Kotabaru Nomor 19 Tahun 2013 Tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Lingkungan Perseroaan Terbatas.
- Rahman, Helmi. 2005. *Hubungan Antara Lama Kerja dengan Pendapatan Penambang Pasir di Kecamatan Batang Alai Selatan*. Tugas Akhir tidak diterbitkan. Banjarmasin: Program Studi Pendidikan Geografi FKIP Unlam Banjarmasin.